



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**MARKETING DIGITAL Y SU INFLUENCIA EN EL
COMPORTAMIENTO DE COMPRA DEL CONSUMIDOR DE LA
EMPRESA REGLER SAC EN EL 2016**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

**AUTORA:
PORTOCARRERO ESPINOSA MERLY**

**ASESOR
DR. DÁVILA ARENAZA VICTOR DEMETRIO**

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

MARKETING

LIMA - PERÚ

Año 2016

Página del jurado

.....
DR. VICTOR DÀVILA ARANZA
PRESIDENTE

.....
DR. LESNER AGUSTO ESPINOSA
SECRETARIO

.....
MG. MAIRENA FOX PETRONILA LILIANA
VOCAL

DEDICATORIA

Para los seres que más quiero y admiro con toda mi alma y corazón mi madre Buenaventura, mi padre Eulogio, mis hermanos Idelith, Maryuri Sayuri, y Lesli Dayana; a DIOS por darme la salud, las ganas y las fuerzas para realizarlo.

AGRADECIMIENTO

A Dios por todas las cosas que brinda a mi vida, mis padres, hermanos, por darme su apoyo incondicional, amor y comprensión animándome a ser mejor cada día y crecer profesionalmente.

Hago extensivo este agradecimiento a mi asesor Víctor Demetrio Dávila Aranza por su apoyo y orientación en el desarrollo de mi tesis.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo MERLY PORTOCARRERO ESPINOSA con DNI N° 75826520, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de ciencias empresariales, Escuela de administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, diciembre del 2016.

MERLY PORTOCARRERO ESPINOSA

PRESENTACION

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “MARKETING DIGITAL Y SU INFLUENCIA EN EL COMPORTAMIENTO DE COMPRA DEL CONSUMIDOR DE LA EMPRESA REGLER SAC EN EL 2016”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de licenciada en administración.

MERLY PORTOCARRERO ESPINOSA

ÍNDICE

Página del jurado	ii
DEDICATORIA	iii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	v
PRESENTACION	vi
RESUMEN	ix
ABSTRACT	ix
I. INTRODUCCIÓN.	10
1.1 Realidad problemática.	10
1.2 Trabajos previos	11
1.3 Teorías relacionadas al tema	16
1.3.1. Teoría relacionada a la variable Marketing Digital	16
1.3.2. Comportamiento de compra del consumidor	20
1.4 Formulación de problema	25
1.4.1 Problema General	25
1.5 Justificación del estudio	25
1.5.1 Justificación teórico	25
1.5.2 Justificación práctica.	26
1.5.3 Justificación metodológica	26
1.6 Hipótesis	27
1.6.1 Hipótesis General	27
1.6.2 Hipótesis específicos	¡Error! Marcador no definido.
1.7 Objetivo	27
1.7.1 Objetivo General	27
1.7.2 Objetivos Específicos	27
II. MÉTODO	28
2.1 Diseño de investigación	28
2.1.1. Diseño	28
2.1.2. Tipo de investigación	28
2.2. Variables, operacionalización	29
2.2.1 Variable 1 “Marketing digital”	29
2.2.2 Dimensión 1: Factores sociales y personales	32
2.2.3 Matriz de operacionalización de variables.	35
2.3. Población y muestra	36

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	37
2.4.1 Técnica de recolección de datos	37
2.4.2 Instrumentos de recolección de datos	38
2.4.3 Validación del instrumento	38
2.4.4 Confiabilidad del instrumento.	39
2.5. Método de análisis de datos	40
2.6 Aspectos éticos.	40
III. RESULTADOS	41
IV. CONTRASTACION DE HIPOTESIS	44
IV DISCUSIÓN	50
V. CONCLUSIONES	53
VI. RECOMENDACIONES	54
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.	55
Anexo Nº 01	59
Instrumento	59
Validación Juicio de Experto	61
Matriz de consistencia	66

RESUMEN

La tesis tuvo como objetivo general determinar la influencia del marketing digital en el comportamiento de compra del consumidor de la empresa REGLER SAC en el Distrito Olivos en el 2016; La población estuvo conformado por 252 clientes y la muestra 152 clientes, los datos fueron recogidos mediante la técnica de la encuesta utilizando como instrumento un cuestionario; los datos fueron procesados en el programa estadístico IBM SPSS Statistics 23 completo lográndose como resultado que existe influencia del marketing digital en el comportamiento de compra en el consumidor.

Palabras clave: marketing digital, comportamiento de compra.

ABSTRACT

The thesis had as general objective to determine the influence of digital marketing in consumer buying behavior REGLER SAC Company in Olivos district in 2016; The population consisted of 252 customers and 152 customers sample, data were collected by the survey method using a questionnaire as a tool; data were statistical program processor in the IBM SPSS Statistics 23 full being achieved as a result that there is influence of digital marketing purchasing behavior on the consumer.

Key words: digital marketing, purchasing behavior.